

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Молокова А. В., Ширяєва Н. В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний університет»,
м. Харків*

Сьогодні українські підприємства отримали нові можливості щодо інтернаціоналізації власного бізнесу. При виході на зовнішній ринок великого значення набуває здатність підприємства до проведення стратегічного планування ЗЕД.

Стратегічне планування слід розпочинати з визначення глобальних цілей і місій компанії. Далі встановлюються більш конкретні цілі. Для цього збирається великий обсяг детальної інформації про внутрішнє середовище компанії, наявність ресурсів для виходу на зовнішні ринки, її конкурентів та інші відомості, що можуть вплинути на роботу підприємства. Наступний крок - проведення SWOT-аналізу та підготовка детального звіту про сильні та слабкі сторони підприємства, загрози та можливості, з якими доведеться стикнутися. На підставі цієї інформації моделюється 3 альтернативні варіанти розвитку подій на зовнішньому ринку - оптимістичний, песимістичний та найбільш вірогідний та досліджується їх вплив на сформульовані стратегії ЗЕД. При цьому визначається конкурентоспроможність підприємства під час реалізації кожної з стратегій. Після проведення ретельного аналізу найбільш вигідна стратегія реалізується - формується кінцевий стратегічний план, який визначає головні завдання та ресурси, необхідні для досягнення стратегічних цілей ЗЕД.

На цьому процес стратегічного планування завершується і розпочинається його безпосередня реалізація, що передбачає не лише організацію втілення планів у життя, а й здійснення контролю та оцінки досягнутих результатів, їх порівняння із запланованими та коригування дій у разі виявлення відхилень.

Сьогодні лише великі компанії мають у своєму складі всі необхідні служби та фахівців, які можуть забезпечити отримання повної картини можливостей для ЗЕД. Тому малим та середнім підприємствам, які не володіють таким ресурсом, слід співпрацювати з міжнародними юристами, фахівцями з міжнародного бухгалтерського обліку, маркетингу та брендингу й міжнародними експедиторами. Доцільно створити з цих фахівців Експертну раду, яка надаватиме консультації щодо формування стратегічних планів керівництва.

Якісна організація стратегічного планування підприємства - суб'єкта ЗЕД дозволяє йому визначити напрямок й спосіб руху до цілей, а виконання розробленої стратегії створює умови для того, щоб реалізувати її на основі конкурентних переваг.

Література:

1. Данілова Е. І., Пасічна А. П. Стратегічне планування як основа здійснення зовнішньоекономічної діяльності українськими підприємствами в умовах євроінтеграції // Економіка. Фінанси. Право. - 2016. - №4/1. - С. 15-20.
2. Науменко Д. В. Стратегическое планирование ВЭД. - М., 2012. - 135 с.